

日中関係悪化がインバウンド需要に与える影響

— 中国に加え、香港と韓国からの旅行者減少にも要注意 —

信金中央金庫 総合研究所上席主任研究員

鹿庭 雄介

要 旨

日中関係の悪化を受け、インバウンド需要に暗雲が立ち込めている。訪日外客数に占める中国人旅行者の割合は2割超と高く、一人あたり支出も大きいため、影響は小さくない。費目別では高額品・高級品に加え、舞台・音楽鑑賞や展示会・コンベンション参加費などで、地域別では東海・近畿地方で、月別では7～8月に影響が大きくなりやすい。

今後は香港でも日本への渡航を控える動きが広がる恐れがあるほか、過去には関係悪化を受けて韓国人旅行者が急減した例もある。中国に加え、香港、韓国からの旅行者が同時に急減する事態となれば、外食業や九州地方、1～2月を中心に、打撃を受けやすい費目や地域、時期が変化する点には注意が必要である。

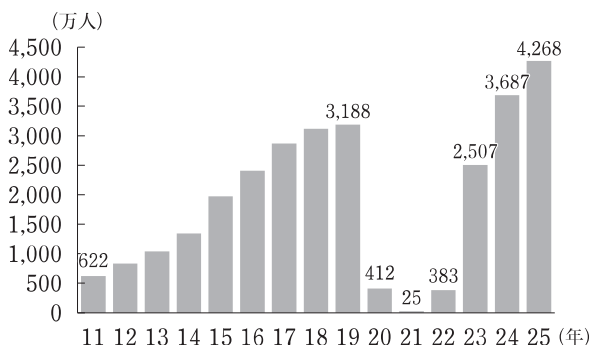
関係悪化の時期を見通すことは難しい。中国、香港、韓国からの旅行者が途絶える最悪のケースを想定し、訪日外国人客の多様化を進めることが求められる。

1. インバウンド需要の現状

インバウンド需要は、パンデミックによる急減を経て着実に回復してきた。転機となったのは、22年10月のコロナ水際対策の大幅緩和であり、約1年後の23年12月にはコロナ前の19年の月平均(266万人)を上回る水準まで持ち直した。その後も増勢は鈍らず、25年の訪日外客数は4,268万人と過去最多を更新した(図表1)。

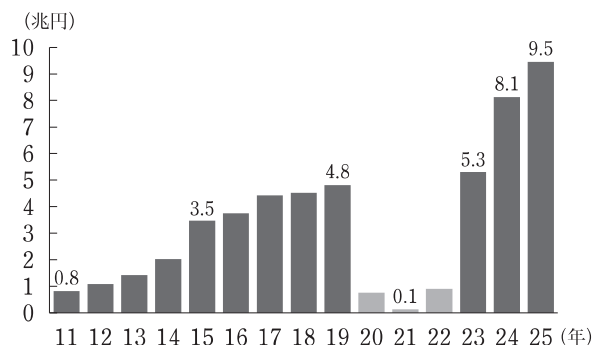
訪日客の増加に伴い、訪日外国人旅行消費額も拡大している(図表2)。23年は5.3兆円と、コロナ前の19年の4.8兆円を上回り、25年には円安も追い風となって9.5兆円まで膨らんだ。これは日本の名目GDPの1.4%、個人消費の2.7%に相当する規模であり、インバウンド需要は地域経済や幅広い産業を支える柱となっている。

図表1 訪日外客数（暦年）



（備考）日本政府観光局（JNTO）資料より作成

図表2 訪日外国人旅行消費額（暦年）

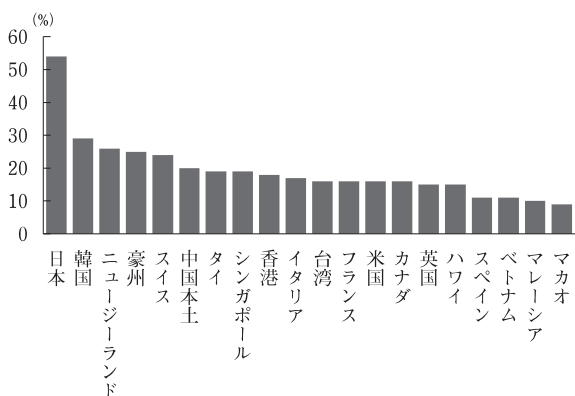


（備考）1. 20年、21年、22年は試算値
2. 観光庁「インバウンド消費動向調査」より作成

インバウンド需要の急拡大には、海外旅行先として日本が選ばれていることも大きく寄与している。DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査では、「次に観光したい国・地域」として、日本が2位の韓国を大きく引き離して首位となっている（図表3）。しかも、日本はここ数年首位を維持しており、観光地として極めて高い競争力を有していることが分かる。また、再訪意向率の高さも日本のインバウンド需要を支える強みの一つである（図表4）。初来日で日本の魅力に触れた外国人旅行者が、次は別の地域や季節を目的に再訪する流れが定着すれば、地方への周遊や滞在の長期化が進み、インバウンド需要の裾野の広がりにもつながろう。

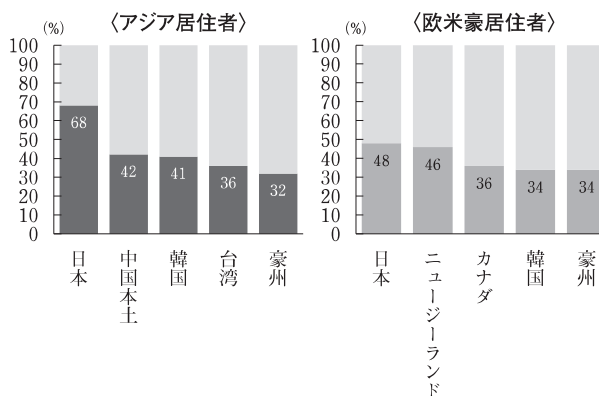
日本は新規需要を取り込みやすいだけでなく、再訪需要も呼び込みやすい構造にある。こうした点を踏まえると、政府が掲げる30年の訪日外客数6,000万人、訪日外国人旅行消費額15兆円という高い目標も十分に達成可能とみることができよう。

図表3 次に観光旅行したい国・地域



（備考）1. n=7,413、アジア・欧米豪の12か国・地域の海外旅行経験者が対象。回答は最大5つまで。上位20か国
2. 調査期間：2025年7月7日～7月16日
3. 「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2025年度版）」より作成

図表4 再訪意向率



（備考）1. 再訪意向率は各国・地域の訪問経験者を100とした場合の割合。回答は最大5つまで。各上位5か国
2. 調査期間：2025年7月7日～7月16日
3. 「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2025年度版）」より作成

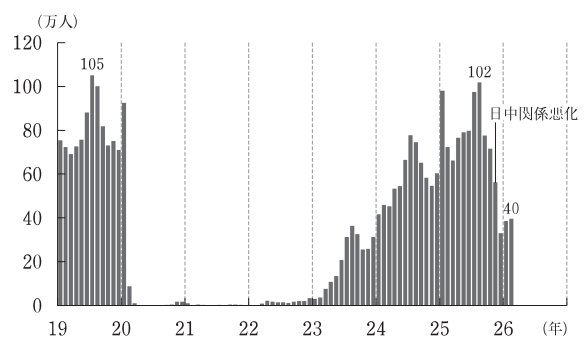
ただ、ここに来て日中関係の悪化という新たな懸念材料が浮上している。25年11月7日の衆議院予算委員会で、高市首相は中国が台湾に対して武力行使に踏み切り、これを支援する米軍への攻撃や海上封鎖などを実施した場合、日本にとって「存立危機事態」に該当し得るとの認識を示した。これに対して中国側が強く反発し、両国間の政治的緊張は急速に高まり、影響は民間部門にも広がっている（**図表5**）。実際、観光面では中国政府が自国民に対し日本への渡航を避けるよう注意喚起を行ったことで、中国からの訪日外客数は26年1～2月累計が78万人と、前年同期の170万人から急減している（**図表6**）。

図表5 日中関係悪化の影響（25年11月～）

中国政府が自国民に日本への渡航自粛を呼びかけ
日本産水産物の輸入を事実上再び全面停止
日本へのレアアースなど軍民両用品目の輸出規制を強化
日本関連イベントの開催延期や中止
上野動物園の双子パンダを返還。国内のパンダはゼロに
中国軍戦闘機が、自衛隊機にレーダー照射

（備考）各種報道より作成

図表6 中国からの訪日外客数（月次）

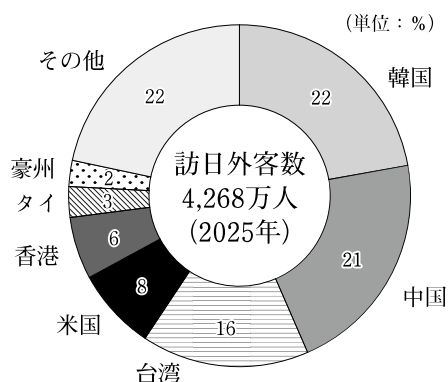


（備考）日本政府観光局（JNTO）資料より作成

2. 中国人旅行者減少のインパクト

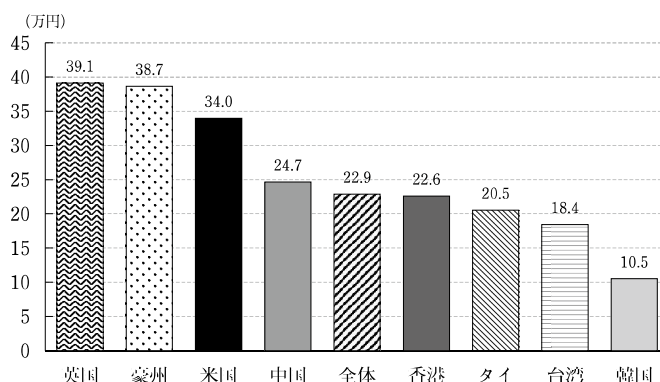
そこで、ここでは中国人旅行者の減少が日本の観光業に及ぼす影響について考える。現在、日本を訪れる外国人旅行者は韓国、中国、台湾で半数以上を占めている（**図表7**）。中国は韓国に次ぐ規模であり、日中関係の悪化によって中国人旅行者がゼロになれば、2割強の下押し要因となる。さらに注目されるのは、中国人旅行者の一人あたり支出の大きさである。遠方から訪れる欧米豪の旅行者に比べれば見劣りするものの、近隣国の中では大きく、韓国人旅行者の2倍を超える水準にある（**図表8**）。

図表7 訪日外客数のシェア



(備考) 日本政府観光局 (JNTO) 資料より作成

図表8 一人あたり支出 (国籍・地域別、2025年)



(備考) 観光庁「インバウンド消費動向調査」より作成

こうした点を踏まえ、訪日外客数に一人あたり支出を乗じて算出される25年の訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみたのが図表9である。これによると、中国は2兆円強と韓国や台湾を大きく上回り、他国と比べてもその存在感が際立っている。さらに費目別では、買物代(7,619億円)への支出が目立つことから、小売業への下押し圧力も相応に大きくなると見込まれる。

図表9 訪日外国人旅行消費額 (国籍・地域別、費目別、2025年)

(単位：億円)	総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他
全体	94,549	34,578	20,688	9,449	4,236	25,541	58
韓国	9,906	3,428	2,701	841	511	2,423	3
中国	20,058	5,881	4,145	1,558	844	7,619	10
台湾	12,033	3,798	2,614	1,147	508	3,955	12
米国	11,186	4,855	2,292	1,324	497	2,216	2
香港	5,614	1,856	1,350	509	185	1,714	1
タイ	2,527	839	554	253	80	801	0
豪州	4,067	1,666	887	439	370	704	1
その他	29,158	12,255	6,145	3,378	1,241	6,109	29

(備考) 観光庁「インバウンド消費動向調査」より作成

3. 詳細費目別、都道府県別、月別にみた中国人旅行者減少の影響

中国人旅行者の旅行消費額を、費目別にさらに細かく示したのが図表10である。これをみると、交通費（16.5%）の中でタクシー代（20.5%）のシェアが高く、大量の買い物をした後の移動手段としての利用が多いためとみられる。また、娯楽等サービス費（19.9%）の中身をみると、J-POPアーティストの人気を背景に舞台・音楽鑑賞（38.6%）のシェアが高い。加えて、報奨旅行（インセンティブ旅行）に関係したMICE需要を背景に展示会・コンベンション参加費（31.6%）や、テーマパーク（20.7%）などでも中国人旅行者の比率が高くなっている。また、支出割合の高い買物代（29.8%）の中でも、とりわけ化粧品・香水（47.3%）や宝石・貴金属（43.3%）といった高額品・高級品において、中国人旅行者への依存度が極めて高い状態にある。

図表10 訪日外国人旅行消費額（中国、詳細費目別、2025年）

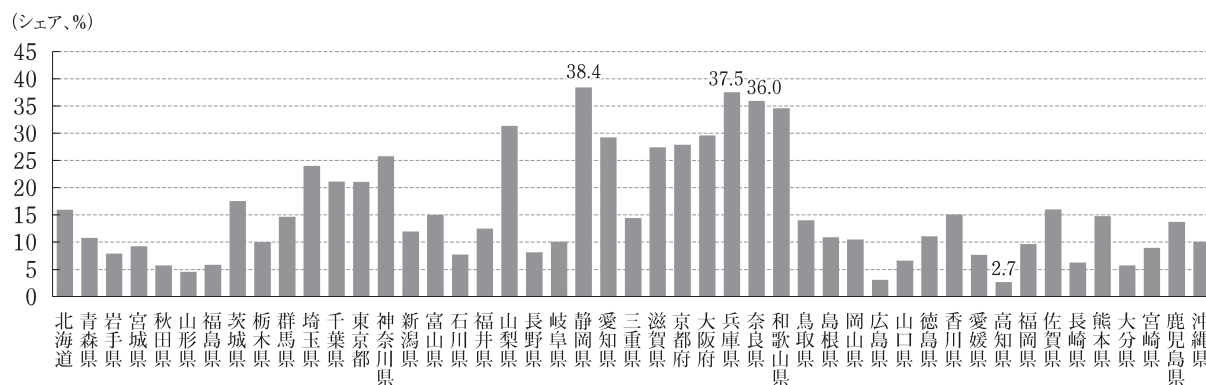
	全国籍・地域	中国	
	(億円)	(億円)	(シェア%)
全体	94,549	20,058	21.2
宿泊費	34,578	5,881	17.0
飲食費	20,688	4,145	20.0
交通費	9,449	1,558	16.5
航空（日本国内移動のみ）	383	58	15.2
Japan Rail Pass	610	63	10.3
新幹線・鉄道・地下鉄・モノレール	5,563	1,016	18.3
バス	394	58	14.7
タクシー	1,147	235	20.5
レンタカー	1,189	101	8.5
船舶（日本国内移動のみ）	58	7	11.5
その他交通費	104	19	18.3
娯楽等サービス費	4,236	844	19.9
現地ツアー・観光ガイド	575	55	9.6
ゴルフ場・スポーツ施設利用料	53	4	8.4
テーマパーク	1,432	296	20.7
舞台・音楽鑑賞	250	96	38.6
スポーツ観戦	80	3	3.5
美術館・博物館・動植物園・水族館	657	87	13.3
スキー場リフト	229	30	13.1
温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション	112	14	12.7
マッサージ・医療費	92	17	18.6
展示会・コンベンション参加費	137	43	31.6
レンタル料（レンタカーを除く）	72	4	6.1
その他娯楽等サービス費	548	193	35.1
買物代	25,541	7,619	29.8
菓子類	3,379	766	22.7
酒類	1,051	125	11.9
生鮮農産物	173	24	14.1
その他食料品・飲料・たばこ	1,931	373	19.3
化粧品・香水	3,057	1,447	47.3
医薬品	1,342	463	34.5
健康グッズ・トイレットリー	896	361	40.3
衣類	5,432	1,442	26.5
靴・かばん・革製品	3,928	1,410	35.9
電気製品（デジタルカメラ/PC/家電等）	807	256	31.7
時計・フィルムカメラ	814	238	29.2
宝石・貴金属	730	316	43.3
民芸品・伝統工芸品	477	80	16.7
本・雑誌・ガイドブックなど	148	22	14.8
音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	303	84	27.9
その他買物代	1,073	212	19.8
その他	58	10	17.2

(備考) 1. 費目ごとの構成比をもとに按分
2. 観光庁「インバウンド消費動向調査」より作成

その半面、スポーツ観戦(3.5%)やレンタル料(レンタカーを除く、6.1%)、ゴルフ場・スポーツ施設利用料(8.4%)、レンタカー(8.5%)、現地ツアー・観光ガイド(9.6%)など、相対的にウエイトの低い費目もある。中国人旅行者の減少がもたらす影響は一樣ではなく、費目によって濃淡が大きく異なる点には注意する必要があるだろう。

次に視点を変えて、中国人旅行者の減少が都道府県ごとにどのような影響を及ぼすのかを確認する。図表11は訪問率(都道府県の訪問者数÷全体の訪問者数)を用いて、中国人旅行者のシェアを都道府県ごとに試算したものである。これをみると、静岡県(38.4%)や兵庫県(37.5%)、奈良県(36.0%)など東海地方から近畿地方にかけて中国人旅行者の訪問比率が高く、日中関係悪化の影響をより受けやすいことが分かる。一方、四国地方や九州地方、東北地方、北海道地方などは同比率が低くなっていることから、影響は相対的に軽微と言えよう。

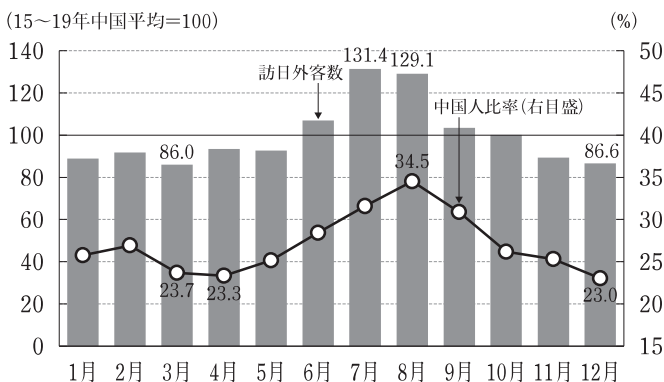
図表11 中国人旅行者の訪問比率(都道府県別、2025年)



(備考) 1. 訪問率(都道府県の訪問者数÷全体の訪問者数)を元に各都道府県の訪日外客数を試算し比率を求めた。
2. 観光庁「インバウンド消費動向調査」より作成

最後に、中国からの訪日外客数を月別(15~19年平均)に示したのが図表12である。中国人旅行者は例年7~8月にピークを迎える。これに伴い、訪日外客数全体に占める中国人旅行者の比率も3割超まで高まり、観光業への下押し圧力も強まりやすくなる事が分かる。逆に言えば、日中関係悪化が夏前までに終息すれば、悪影響を最小限に抑えることにつながるとも言えよう。

図表12 中国からの訪日外客数(月別)



(備考) 日本政府観光局(JNTO)資料より作成

4. 香港と韓国からの訪日旅行者も減少するケース

足元では日中関係の悪化に注目が集まっているものの、観光業は中国人旅行者による影響だけ見ていれば良いわけではない。中国の特別行政区という位置付けにある香港からの観光客が先行き急減する可能性があるほか、最多の訪日外客数を誇る韓国人旅行者も過去に日韓関係の悪化を受けて急減したことがある。日本のインバウンド需要全体を考える上では、中国だけでなく、香港と韓国を含めた東アジア全体の訪日外客数の動きに目を配る必要があろう。

こうした点を踏まえ、中国に加えて香港と韓国からの訪日外客数も減少した場合、訪日外国人旅行消費額にどのような変化が生じるのかをみたのが図表13である。旅行消費額の合計は3兆5,578億円に達し全体の3割超を占める。中国1か国でも影響は小さくないが、香港と韓国を加えることでインバウンド需要の下押し圧力が一段と強まる計算となる。

図表13 訪日外国人旅行消費額（中国+香港+韓国、詳細費目別、2025年）

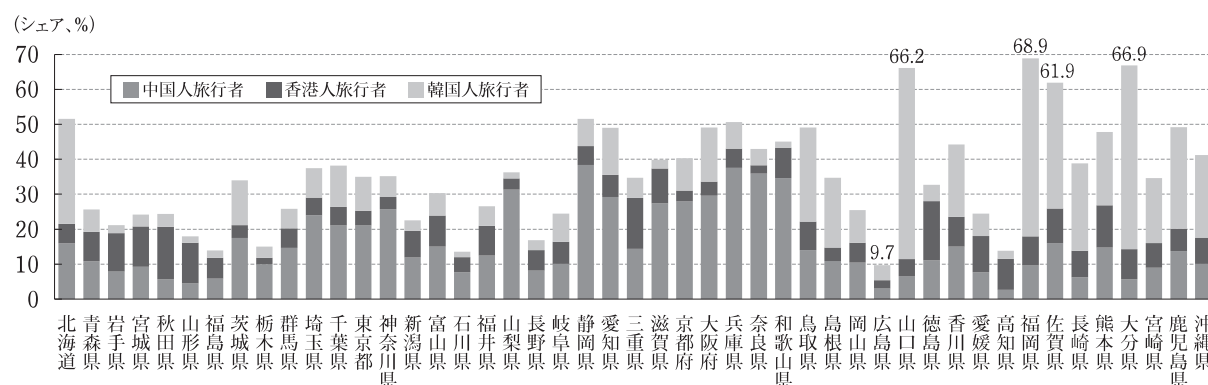
	全国籍・地域		中国		香港		韓国		3か国合計	
	(億円)	(シェア%)	(億円)	(シェア%)	(億円)	(シェア%)	(億円)	(シェア%)	(億円)	(シェア%)
全体	94,549	20,058	21.2	5,614	5.9	9,906	10.5	35,578	37.6	
宿泊費	34,578	5,881	17.0	1,856	5.4	3,428	9.9	11,165	32.3	
飲食費	20,688	4,145	20.0	1,350	6.5	2,701	13.1	8,196	39.6	
交通費	9,449	1,558	16.5	509	5.4	841	8.9	2,908	30.8	
航空（日本国内移動のみ）	383	58	15.2	12	3.2	36	9.5	107	27.9	
Japan Rail Pass	610	63	10.3	25	4.1	27	4.5	115	18.9	
新幹線・鉄道・地下鉄・モノレール	5,563	1,016	18.3	219	3.9	412	7.4	1,647	29.6	
バス	394	58	14.7	18	4.6	76	19.2	152	38.6	
タクシー	1,147	235	20.5	40	3.5	127	11.1	402	35.1	
レンタカー	1,189	101	8.5	184	15.5	150	12.6	436	36.7	
船舶（日本国内移動のみ）	58	7	11.5	3	5.3	6	10.7	16	27.5	
その他交通費	104	19	18.3	8	7.3	6	5.6	33	31.2	
娯楽等サービス費	4,236	844	19.9	185	4.4	511	12.1	1,540	36.4	
現地ツアー・観光ガイド	575	55	9.6	26	4.4	66	11.5	147	25.6	
ゴルフ場・スポーツ施設利用料	53	4	8.4	2	3.4	25	46.8	31	58.6	
テーマパーク	1,432	296	20.7	51	3.5	201	14.0	548	38.2	
舞台・音楽鑑賞	250	96	38.6	23	9.3	38	15.1	158	63.1	
スポーツ観戦	80	3	3.5	2	3.0	5	6.6	10	13.1	
美術館・博物館・動植物園・水族館	657	87	13.3	30	4.6	44	6.7	161	24.6	
スキー場リフト	229	30	13.1	19	8.2	2	1.1	51	22.4	
温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション	112	14	12.7	9	7.7	21	18.8	44	39.2	
マッサージ・医療費	92	17	18.6	1	1.4	14	14.8	32	34.9	
展示会・コンベンション参加費	137	43	31.6	7	4.8	10	7.1	60	43.5	
レンタル料（レンタカーを除く）	72	4	6.1	4	5.0	1	2.0	9	13.2	
その他娯楽等サービス費	548	193	35.1	12	2.2	84	15.3	289	52.6	
買物代	25,541	7,619	29.8	1,714	6.7	2,423	9.5	11,756	46.0	
菓子類	3,379	766	22.7	223	6.6	539	16.0	1,529	45.2	
酒類	1,051	125	11.9	36	3.4	336	31.9	496	47.2	
生鮮農産物	173	24	14.1	14	8.2	8	4.5	46	26.8	
その他食料品・飲料・たばこ	1,931	373	19.3	87	4.5	193	10.0	654	33.9	
化粧品・香水	3,057	1,447	47.3	223	7.3	186	6.1	1,857	60.7	
医薬品	1,342	463	34.5	102	7.6	214	16.0	778	58.0	
健康グッズ・トイレタリー	896	361	40.3	53	5.9	53	5.9	467	52.1	
衣類	5,432	1,442	26.5	420	7.7	464	8.5	2,326	42.8	
靴・かばん・革製品	3,928	1,410	35.9	370	9.4	203	5.2	1,982	50.5	
電気製品（デジタルカメラ/PC/家電等）	807	256	31.7	41	5.1	18	2.2	314	38.9	
時計・フィルムカメラ	814	238	29.2	15	1.9	9	1.1	262	32.1	
宝石・貴金属	730	316	43.3	26	3.6	27	3.6	369	50.5	
民芸品・伝統工芸品	477	80	16.7	12	2.6	23	4.8	115	24.1	
本・雑誌・ガイドブックなど	148	22	14.8	9	6.2	13	8.7	44	29.7	
音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	303	84	27.9	20	6.5	20	6.5	124	40.9	
その他買物代	1,073	212	19.8	63	5.9	117	10.9	392	36.6	
その他	58	10	17.2	1	1.7	3	5.2	14	24.1	

(備考) 1. 費目ごとの構成比をもとに按分
2. 観光庁「インバウンド消費動向調査」より作成

費目別にみると、買物代のシェアがさらに高まることに加え、飲食費の存在感も増しており、小売業だけでなく外食業への波及も無視できない。さらに細かく見ると、化粧品・香水(60.7%)や宝石・貴金属(50.5%)などのシェアがより高まり、全体の半分以上を占めている。また、ゴルフ場・スポーツ施設利用料(58.6%)や酒類(47.2%)、バス(38.6%)、温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション(39.2%)などが上位に浮上している点も見逃せない。中国単独の場合と比べて、打撃を受けやすい費目の顔ぶれは変化し、打撃を受けやすい業種が異なる点には注意が必要である。

また、都道府県別にみると東海地方や関西地方などの訪問比率がさらに高まることに加え、韓国人旅行者の増加を受けて福岡県(68.9%)や大分県(66.9%)、山口県(66.2%)、佐賀県(61.9%)など九州地方を中心に比率が急上昇している(図表14)。一方、訪問比率が最も低いのは広島(9.7%)で、シェアは1割にも満たない。これに石川県や高知県、福島県などが続いており、国家間の関係悪化による煽りを受けにくい構造にあるとみられる。

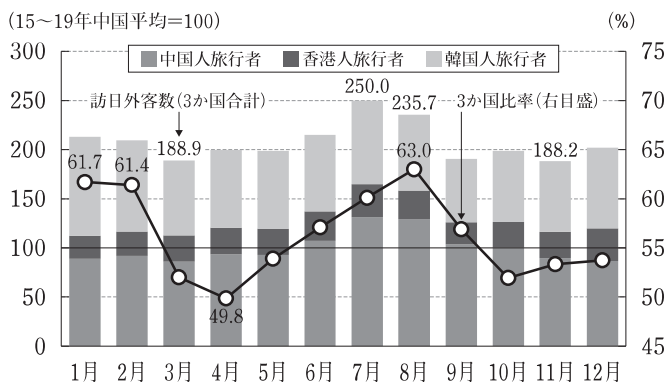
図表14 旅行者の訪問比率(中国+香港+韓国、都道府県別、2025年)



(備考) 観光庁「インバウンド消費動向調査」より作成

最後に、訪日外客数を月別(15~19年平均)にみたのが図表15である。韓国人旅行者の多さもあり、減少幅は最大で中国人観光客のみの場合と比べて倍近くに達する見込みである。また、7~8月に訪日外客数が最も多いことに変わりはないが、シェアの合計は6割超まで高まる。1~2月のシェアも上昇しており、冬場の影響度が増している点も特徴的である。

図表15 訪日外客数(月別)



(備考) 日本政府観光局(JNTO)資料より作成

5. 最悪のケースを想定し、訪日外国人の多様化を進める必要性

以上みてきたように、日中関係の悪化は訪日外客数の減少を通じて観光業に打撃を及ぼす。渡航を控える動きが香港や韓国にも広がれば、影響の度合いが一段と大きくなるだけでなく、影響を受けやすい費目や地域、時期に変化が生じるため注意が必要である。

日中関係の悪化に伴うインバウンド需要の落込みは、いつ問題が表面化するのかを見通すことは難しい。こうした中では、中国、香港、韓国からの旅行客が途絶えるといった最悪のケースを想定しておくことが重要となる。その上で、国内観光業の持続性を確保するため、訪日外国人客の出身国の多様化を進めるべく、適切なプロモーション活動を展開することが求められよう。